

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG**
(Fashion distro 3 Second mall Ciputra di kota Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Rida Lela Sari

NIM : 43118010112

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rida Lela Sari

NIM 43118010112

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Kamis 5 Januari 2023



Rida Lela Sari

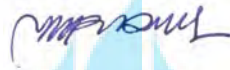
NIM 43118010112

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rida Lela Sari
NIM : 43118010112
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGPENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Fashion distro 3 Second mall Ciputra di kota Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 5 April 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tafiprios, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 08232612



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang *fashion 3 Second* di Kota Jakarta Barat. Objek penelitian ini adalah pelanggan *fashione 3 second* di Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 105 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *judgemental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra merk, Persepsi harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus *fashion distro 3 Second* di *mall Ciputra* kota Jakarta Barat

Kata Kunci: Citra merk, Persepsi harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, price perception, service quality and trust on the intention to repurchase 3 second fashion in the city of West Jakarta. The object of this research is 3 second fashion customers in West Jakarta. This research was conducted on 105 respondents using a quantitative descriptive approach. Determination of sample size using judgemental sampling technique. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool. This study proves that brand image, price perception, service quality and trust have a positive and significant effect on the intention to repurchase distro 3 second fashion in ciputra mall in the city of West Jakarta.

Keywords: *Brand Image, Price Perception, Service Quality, Trust.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS FASHION DISTRO 3SECOND DI MALL CIPUTRA DI KOTA JAKARTA BARAT)”** dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada bapak Tafiprios, Dr, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M, Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M. Si AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa Kedua Orang tua tercinta Ibu, Ayah dan keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB angkatan 2018 Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga kita semua dapat mewujudkan semua impian kita.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan yang telah membantu menyelesaikan proposal skripsi ini, motivasi dan doa-doa yang telah di berikan untuk membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman seperjuangan dan sahabat saya Musdalifah, Amelia Putri, Mifta Febriyanti, Itoh yang selalu memberikan pengetahuan tentang ilmu-ilmu selama duduk di bangku kuliah dan memberi dukungan tiada henti.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan yang telah membantu menyelesaikan proposal skripsi ini, motivasi

dan doa-doa yang telah di berikan untuk membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Skripsi ini diselesaikan dengan semaksimal mungkin dan penulis berharap semoga karya tulis ini dapat mengantarkan ilmu dan pengetahuan yang lebih luas kepada pembaca. Penulis menyatakan skripsi ini sempurna dengan segala kekurangannya.



Jakarta, Kamis 5 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rida Lela Sari'.

Rida Lela Sari

NIM 43118010112

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Pengembangan Hipotesis.....	40
D. Kerangka pemikiran penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi Operasional Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
D. Skala Pengukuran	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
F. Metode Pengumpulan Data.....	57
G. Metode Analisis Data	58

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
B. Statistik Deskriptif.....	64
C. Analisa Inner Model	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Domestik Bruto Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Indonesia tahun 2016-2020.....	2
Tabel 1.2.	Kategori <i>fashion 3Second</i>	3
Tabel 1.3	Jenis Industri kreatif Fashion di Kota Jakarta barat.....	4
Tabel 1.4	Hasil Riset Berdasarkan Hasil Pra Survei	8
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	35
Tabel 3. 1	Dimensi dan indikator Citra Merek (X1)	51
Tabel 3. 2	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga (X2)	51
Tabel 3. 3	Dimensi dan indikator Kualitas Pelayanan (X3).....	52
Tabel 3. 4	Dimensi dan indikator Kepercayaan (X4).....	52
Tabel 3. 5	Dimensi dan Indikator Minat Beli Ulang (Y).....	53
Tabel 3. 6	Skala Likert	54
Tabel 4. 1	Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 2	Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Rentang Usia.....	65
Tabel 4. 3	Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel 4. 4	Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Jumlah Pembelian Ulang	67
Tabel 4. 5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Citra Merek	68
Tabel 4. 6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Persepsi Harga.....	69
Tabel 4. 7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kualitas Pelayanan .70	
Tabel 4. 8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kepercayaan.....	71
Tabel 4. 9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Minat Beli Ulang....	72
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian Validitas Konvergen dari Keempat Variabel.....	73
Tabel 4. 11	Hasil Fornell-Larcker Criterion.....	76
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Cross Loading	77
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Cross Loading	79
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	80
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Goodness of Fit	81
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data peringkat brand <i>fashion</i> pada tahun 2021.....	4
Gambar 1.2	Data beli ulang <i>fashion 3second</i> di mall ciputra jakarta barat	5
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian.....	44
Gambar 4.1	Hasil Uji Instrumen Algoritma Model PLS	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Identitas Responden.....	100
Lampiran 3 Petunjuk Pengisian Koesioner	114

